Modaes

Empresa

El Palacio de Hierro da un paso al frente y lanza una nueva marca propia

El grupo mexicano de tiendas departamentales ha puesto en marcha The Mashup, con la que ya comenzó a operar en sus centros de Polanco, Santa Fe, Durango, Perisur, Satélite, Coyoacán, Interlomas, Querétaro y Guadalajara.

Modaes
19 ene 2018 - 00:00

El Palacio de Hierro da un paso al frente y lanza una nueva marca propia

El Palacio de Hierro refuerza su *pool* de marcas propias. **La compañía mexicana de tiendas por departamento ha lanzado The Mashup, especializada en moda femenina deportiva y *athleisure*.**

La nueva marca ya está disponible en las tiendas departamentales de El Palacio de Hierro en Polanco, Santa Fe, Durango, Perisur, Satélite, Coyoacán, Interlomas, Querétaro y Guadalajara, según *Fashion Network*.

Con **The Mashup**, El Palacio de Hierro suma siete marcas propias en su portafolio, compuesto también por Catamarán, Chester&Peck, Pertegaz, Westies y Wild&Alive, para mujeres y Epsilon, de moda masculina.

The Mashup operará en el segmento de moda deportiva femenina y 'athleisure'

En 2015, la compañía mexicana, propiedad de Grupo Bal, se marcó el objetivo de duplicar el negocio de sus marcas propias hasta 2019, alcanzando 650 millones de pesos (39,2 millones de dólares) en cuatro años.

El Palacio de Hierro estancó sus ventas entre julio y septiembre, anotando una cifra de negocio por 7.067,9 millones de pesos (370 millones de dólares). Las utilidades de la

Modaes

compañía, propiedad de Grupo Bal, aumentaron un 25,9% en el tercer trimestre, hasta 134,2 millones de pesos mexicanos (siete millones de dólares).